

Rebeca Illiana Arévalo Martínez
Griselda Guillén Ojeda

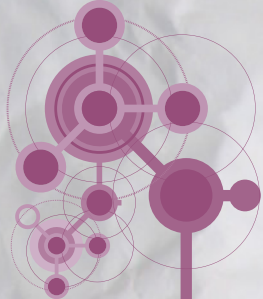
La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica

Tirant lo Blanch
México, DF, 2017
217 páginas



Consuelo Vásquez

- Universidad de Québec à Montréal, Canadá
- E-mail: vasquez.consuelo@uqam.ca



Retrato de la comunicación organizacional en México en *La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica*

Retrato da comunicação organizacional no México em *La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica*

Portrait of organizational communication in Mexico in *La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica*

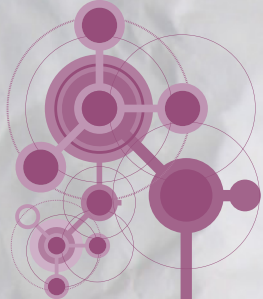
El libro *La comunicación para las organizaciones en México: Evolución, teoría y práctica*, coordinado por la profesoras Rebeca Illiana Arévalo Martínez y Griselda Guillén Ojeda busca

dar cuenta del desarrollo de la comunicación para las organizaciones en México, la forma en la que ha evolucionado y de manera muy especial las contribuciones que se han hecho tanto en la producción teórica dentro de este campo, como en la profesionalización del mismo (Arévalo Martínez; Guillén Ojeda, 2017, p.16).

Este texto ofrece un recuento de la manera en que la comunicación organizacional se ha ido conformando y definiendo en las últimas décadas tanto en el campo académico como en el profesional, respondiendo así a la necesidad de consolidar ese campo en México a través de su sistematización.

Sin entrar en el detalle de la historia del campo de la comunicación organizacional en México, subrayemos algunos hitos mencionados en el libro, que han contribuido a su consolidación: La creación, en 1973, de la Asociación Mexicana de Comunicaciones Internas (AMCI), hoy llamada Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO); la constitución, en 2005, del grupo de investigación para la comunicación organizacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC); y por último la fundación, en 2016, de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales de la Comunicación Organizacional (AMIPCO).

El libro está dividido en cuatro partes – (a) la evolución del campo de la comunicación para las organizaciones; (b) la comunicación organizacional desde el campo académico y profesional; (c) teorías, metodologías y prácticas de la comunicación organizacional;



y (d) aportaciones de otras disciplinas a la comunicación organizacional – y consta un total de ocho capítulos, todos escritos por académicos mexicanos.

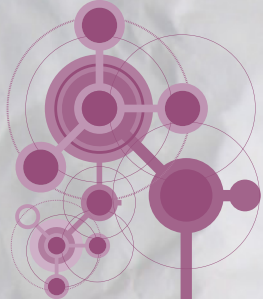
Respecto de las aportaciones teóricas y metodológicas que ofrece el libro, cabe señalar la diversidad de perspectivas que son abordadas que van desde la fenomenología al discurso crítico de Foucault, pasando por las representaciones sociales de Moscovici y la intersubjetividad de Mead. Los métodos de investigación son también múltiples: bibliometría, entrevista y encuesta de terreno. Esa diversidad ilustra bien la riqueza de la investigación del campo de la comunicación organizacional mexicano, así como las posibles combinaciones y diálogos que se pueden crear entre esas distintas perspectivas.

Además de la diversidad de perspectiva, vale la pena mencionar el marco teórico de la comunicación integral para la organización que emerge como un referente común, permitiendo así dar cierta coherencia y orientación a los diversos capítulos del libro. El capítulo 1, “Las organizaciones y sus procesos de comunicación: una visión integral”, escrito por María Antonieta Rebeil Corella y Rebeca Illiana Arévalo Martínez, presenta esta propuesta teórica que proviene del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. En síntesis, la comunicación integral para las organizaciones agrupa tres dimensiones de los procesos comunicacionales: comunicación mercadológica y publicitaria, comunicación corporativa, y comunicación interna. Este marco teórico puede aplicarse tanto a organizaciones privadas como públicas, con o sin fines de lucro. Sin entrar en los detalles del capítulo, destaquemos el rol central y estratégico que se le da a la comunicación organizacional, que permite a la comunicación integral “convertirse en la esencia misma de la identidad y autoconcepción de las organizaciones, así como su capacidad para convocar a todos sus integrantes y grupos de interés y convertirlos en actores participantes de su desarrollo y de su destino.” (Arévalo Martínez; Guillén Ojeda, 2017, p.32) El énfasis en esa dimensión de la comunicación, que llamaremos “constitutiva”, (Schoeneborn; Vásquez, 2017), es el hilo conductor del concepto de comunicación integral para las organizaciones, como también de otros de los trabajos presentados en el libro.

El enfoque nacional del libro y, en el caso de algunos capítulos, regional, aporta una singularidad y riqueza a la comprensión del desarrollo de la comunicación organizacional que permite salirse de los cánones académicos, impuestos por el Gran Norte, para rescatar los saberes locales. En los últimos años, varios investigadores de la comunicación han invitado a la comunidad científica a des-occidentalizar la prácticas de investigación, paradigmas, metodologías y teorías (Waisbord; Mellado, 2015). Este libro es un aporte en este sentido, pues retrata el campo de la comunicación organizacional desde México (los autores están afiliados en su totalidad a instituciones de educación superior mexicanas) y para México (las temáticas tocan directamente la realidad del campo profesional, organizacional y académico mexicano).

Destaquemos algunos ejemplos: El capítulo 2 “Fortalecimiento del gremio en Comunicación Organizacional”, escrito por Griselda Guillén Ojeda, Susana Espinosa Velázquez y Alfredo Padilla López, aborda la identidad de la comunicación organizacional en México presentando un retrato institucional del subcampo académico (número de publicaciones, perspectivas teóricas, autores y afiliación institucional) y del dominio profesional asociado al comunicólogo organizacional. Por su parte, Milthon Minor Montes destaca en el capítulo 3 “La comunicación organizacional en México: representaciones desde la academia” el desarrollo de una perspectiva mexicana de la comunicación organizacional que va mas allá de la simple transmisión de información. Gabriela Martínez Méndez y María Elena Zermeño Espinoza discuten en el capítulo 4 “La comunicación organizacional en México: representaciones desde lo profesional” el desarrollo de la práctica de la comunicación organizacional en el ámbito profesional. Por último, Griselda Guillén Ojeda, Mariana Monserrat Valenzuela Montoya y Ana María Vázquez Espinoza abordan en el capítulo 7 “Comunicación organizacional en las microempresas” las Mipymes, que conforman más del 99% de las unidades económicas del contexto organizacional mexicano, generando más del 70% de los empleos formales.

Cabe destacar también la dimensión colectiva del libro. James Taylor, un investigador canadiense, sugiere que los textos organizacionales tienen la particularidad de ser escritos y autorizados por un autor colectivo. Ese autor es aquel que resulta



de las diversas voces que se expresan en el texto y que de alguna manera vienen a representar una voz colectiva, que no por eso debe ser única y consensuada (Vásquez, 2012). Me gustaría sugerir que el autor del libro *La comunicación para las organizaciones en México* es el gremio de la comunicación organizacional en México, y en este sentido este libro es una de las varias materializaciones de este gremio a través de la cual la comunicación organizacional mexicana se consolida, podríamos decir 'existe', y asegura su continuidad, contribuyendo a su legitimidad e institucionalidad.

Esa dimensión colectiva también la encontramos en el público o audiencia que este libro busca interpelar. Si bien la temática de esta obra trata del campo académico y profesional de la comunicación organizacional en México, el lector no se restringe a esas comunidades. Este libro será de interés para investigadores y profesionales latinoamericanos interesados en la comunicación organizacional. La relevancia del libro se encuentra en el panorama general que ofrece de este subcampo de la comunicación en México y en su aplicación tanto académica como profesional. Agreguemos también la importancia para la comunicación organizacional en Latinoamérica, al ser México un referente en el área.

REFERENCIAS

ARÉVALO MARTINEZ, Rebeca Illiana; GUILLÉN OJEDA, Griselda (coord.). *La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica*. México, DF: Tirant lo Blanch, 2017.

SCHOENEBOERN, Dennis; VÁSQUEZ, Consuelo. The communicative constitution of organization (CCO). In: SCOTT, Craig R.; LEWIS, Laurie (ed.). *The International Encyclopedia of Organizational Communication*. Chichester: Wiley Blackwell, 2017.

VÁSQUEZ, Consuelo. Autor-izando el campo de la comunicación organizacional en Norteamérica. *Diálogos de la Comunicación*, Medellín, n.83, p.1-20, 2012. Disponible en: <https://bit.ly/2LCztt0>. Acceso en: 23 jul. 2019.

WAISBORD, Silvio; MELLADO, Claudia. De-westernizing communication studies: a reassessment. *Communication Theory*, Hoboken, v.24, n.4, p.361-372, 2014.

Artículo recibido el 24.05.2019 y aprobado el 12.07.2019